

Backing Independent Business

Profits

Autumn 1984
Vol. 4, No. 2

Federal Business Development Bank

**Toll-free
Calls**

1-800-361-2126
112-800-361-2126
(in B.C.)

Canada's Most Important Information Campaign for Business

Small Business Week '84, October 21 – 27

This year more than 1 300 events across Canada, all keyed to the theme, **The More You Know, The More You Grow**, make **Small Business Week '84** the most important information campaign for independent business in the country. The week will run from October 21st to October 27th inclusively and is organized jointly by the Canadian Chamber of Commerce and the Federal Business Development Bank. More than 200 local Chambers of Commerce and Boards of Trade will also help make Small Business Week a success again this year.

The objectives of Small Business Week are to pay tribute to the business entrepreneur and to provide a forum to emphasize the vital role of small and medium-sized business in Canada's economy. It is also organized as a source of information to business people on the many services available to them. Last year more than 71 000 business people took part in Small Business Week events and this year organizers are expecting over 80 000 participants.

Special Workshops on Business Offered Free

Among the large number of activities that will take place during the Week, four special 1 1/2 hour workshops on

Marketing, Personnel Planning, Forecasting and Cash Budgeting will be offered free by the FBDB in sessions organized all across the country. In addition to these workshops, information sessions will be held in many cities and towns across Canada on the assistance programs available for business at the various levels of government.

Business Fairs are another major activity taking place during Small Business Week. These fairs bring together, in one convenient location, government departments and agencies as well as representatives from organizations in the private sector. Business people can obtain the kind of information they need in one short visit to these fairs.

Here is a sample of the activities that will take place in major centres during Small Business Week. Many more events are also being held in numerous other cities and towns across the country.

St. John's, Nfld. — Oct. 21, 22 — Small Business Conference

A major conference held in cooperation with the St. John's Board of Trade at the Hotel Newfoundland

Halifax, N.S. — Oct. 25 — Profitability Improvement Day

A day of workshops and personal counselling for business people — the Halifax World Trade and Convention Centre

Charlottetown, P.E.I. — Oct. 24 — Business Management Awards

Dinner — at Confederation Centre in cooperation with the Greater Charlottetown Chamber of Commerce

St. John, N.B. — Oct. 24 — Business Information Fair
40 exhibits

Montréal, Qué. — Oct. 26, 27, 28 — Le Salon de la PME
(Business Fair) — Montréal's Convention Centre

Toronto, Ont. — Oct. 23, 24, 25 — Business Information Forum and Exhibition

Co-sponsored by the Board of Trade of Metropolitan Toronto and the FBDB at Exhibition Place, The Automotive Building

Winnipeg, Man. — Oct. 23, 24 — Small Business Fair
To be held at the Holiday Inn — Downtown Winnipeg

Regina, Sask. — Oct. 23, 24 — Small Business Fair
At the Regina Inn

Edmonton, Alta. — Oct. 22, 23 — Small Business Fair
At the Convention Inn Hotel

Vancouver, B.C. — Oct. 24, 25 — Two-day Business Fair
At the Sheraton Villa, Burnaby



New Minister For Small Business

The Hon. André Bissonnette is the new **Minister of State for Small Business**. Elected in the St-Jean riding near Montréal, Mr. Bissonnette is 39, married, has two children and is in the wholesale food business.

Mr. Bissonnette studied business management in Europe and participated in trade missions in Africa for the Canadian International Development Agency.

Leaving the swearing-in ceremony, the new minister said he would concentrate on working with small business to stimulate job creation. "I'll be working with many other departments and ministries to try to create as many jobs as possible as quickly as possible", he said.

INDEX

Small Business Week '84	1
Loan Customers Employ 321 000 ...	2
Small is Beautiful	2
Canada Export Trade Month	3
Think Canadian	4
More Start-ups Than Closures	4
How to Recruit Your Staff.	5
How Does Your Company Measure Up?	6
Changes in Customer Preferences ..	7
The Daughter and the Business	8
Regional Section	9-10



Federal Business Development Bank
Banque fédérale de développement

Canada

Editorial

FBDB's Loan Customers Employ 321 000 People

According to a recent study, the loan customers of the **Federal Business Development Bank** employ 321 000 people or 3% of Canada's work force.

The object of this research was to determine the economic impact of the Bank's lending activities over a prolonged period of time. It traces the performance over the past six years of the 7 000 clients of the Bank who received loans in 1978.

Over half represented financing for small and medium-sized businesses in start-up or expansion stages. Others needed assistance in a turnaround situation, or to finance the continued development of the firm's production, marketing and so on. Occasionally, FBDB funding was used in the purchase of an existing firm by new owners.

The study points out that the FBDB's lending activities in that year directly generated almost 5 200 jobs that still exist today. Quite apart from employment growth as such, the study also demonstrates that the loans made by the FBDB in 1978 preserved 2 345 jobs over the five succeeding years, jobs that would have disappeared had the Bank not provided funds in high risk, turnaround situations.

FBDB Funds Contribute to Regional Development

FBDB loans over the period studied were more concentrated in the less developed areas of the country and therefore contributed to a more balanced economic development nationwide.

While only 3.8% of Canada's businesses are located in the country's weakest economic areas, 8.3% of the Bank's loans were made in those districts.

In 1978, the FBDB made loans to 1.4% of the businesses in the least developed areas of Canada. When receiving the loans, these businesses employed 0.6% of the work force but accounted for 1.8% of employment growth in these regions between 1978 and 1983.

Innovation

One in ten of FBDB's 1978 loans was used to finance some type of innovation. Sixty-three percent of innovations represented new or improved products/services while 20% consisted of improvements in the firm's production processes. Another 14% of these cases led to production of products or services for the first time in the community. Three percent of the Bank's loans were used for other miscellaneous innovations.

Employment Growth among FBDB Clients Double National Rate

The contribution of FBDB clients to employment growth between 1978 and 1983 was almost double their proportion of the nation's work force in 1978. FBDB's 1978 loan clients represented 0.4% of the nation's work force and 0.7% of employment growth over the period studied.

Below is a breakdown of FBDB clients' share of employment by region and for Canada as a whole:

	1983 Total Employment	FBDB Clients
Atlantic	783 000	33 000 (4.2%)
Quebec	2 585 000	105 000 (4.1%)
Ontario	4 157 000	92 000 (2.2%)
Prairies	1 944 000	35 000 (1.8%)
B.C./Yukon	1 156 000	56 000 (4.9%)
Canada	10 625 000	321 000 (3.0%)

ECONOMY WATCH

Small is Beautiful

Small businesses — our economy's best prospects

The major economic role played by small business is now well established. Over the past few years, government has been assisting small businesses on an unprecedented scale. Never before have financial institutions, business associations and Chambers of Commerce shown such keen interest in promoting their development. Even the universities have decided to participate in the small business boom by establishing training programs for the next generation of small business managers.

A look at the statistics confirms that, despite the fact that numerous small firms have gone under in the past few years, small business remains a pillar of our economy.

Small business: the main source of jobs

Small and medium-sized firms account for 95% of the over one million firms in Canada, for 29% of national goods and services and for almost 45% of all "commercial" jobs.

Unquestionably, the small business sector has been the most severely affected by the economic crisis. Nevertheless, it has far outperformed big business in the area of job creation. In the 1975-1982 period, manufacturing companies with 50 or fewer employees created, in real terms, around 400 000 jobs while larger companies cut approximately 100 000.

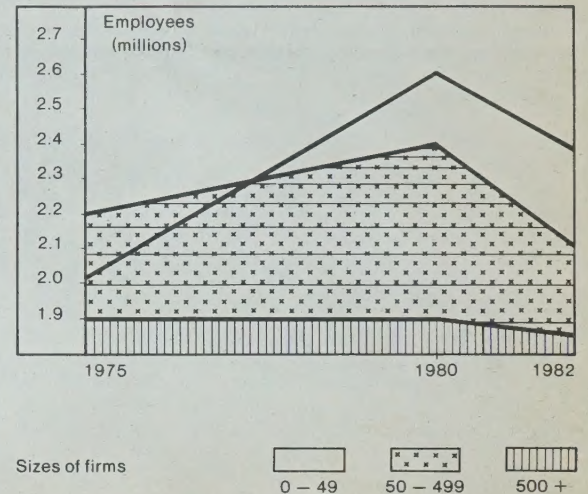
Small business and productivity

In absolute figures, the productivity of small companies does not equal that of big business because the former do not have the same technical and financial resources. However, small firms have been much more innovative and dynamic in improving productivity: between 1971 and 1981, the productivity of small business grew by 14% while that of big business rose only 11%.

Small firms: champions of growth

A recent study carried out by Commerce and Canadian

Employment breakdown according to sizes of firms



Business magazines on Canada's fastest growing companies shows that 25 among the top 50 are firms with fewer than 50 employees. This is very surprising if we consider that the study covered the period from 1980 to 1983, when the country was undergoing one of its worst recessions of the post-war years. These companies doubled their payroll and more than quadrupled their sales over the three-year measurement period.

It should also be noted that several of the 25 large firms on the list grew through acquisitions, which suggests that their growth represented a consolidation of capital rather than a net contribution to economic activity.

Most of the 25 fastest growing small companies were in

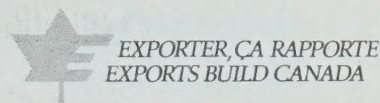
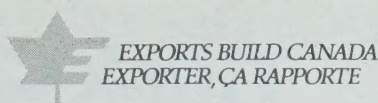
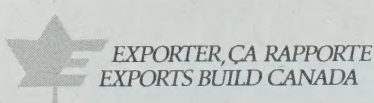
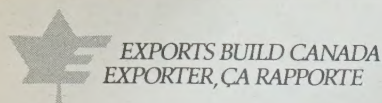
sectors previously monopolized by industrial giants: energy resource exploration and development, data processing, communications, etc. This indicates that small business has become a hotbed of research and innovation in leading-edge sectors.

Our economy's best prospects

Scale is no longer considered a guarantee of economic growth and statistics show that in many respects small business contributes more in this area than does big business. Small companies are the new engine of the Canadian economy and our main hope for a sustained recovery. The growth of our economy depends on the vigour and entrepreneurial spirit of small business managers.

PROFITS is published to promote the services of the **Federal Business Development Bank**, P.O. Box 6021, Station A, Montreal, Quebec H3C 3C3 — Tel.: (514) 283-7541.

PROFITS is distributed to all businesses across Canada through Canada Post at the beginning of January, April, July and October. There is no separate mailing list. Please report all distribution oversights to your local postal station.
ISSN-0711-0316 Transmag Inc.



You Can Meet The Export Challenge!

Canada is one of the great trading nations of the world, and Canada Export Trade Month celebrates exporting and exporters, a foundation and lifeblood of our economy.

Some two million Canadians — one in five of the labour market — work in areas directly or indirectly related to export trade. Thirty cents of every dollar of our Gross National Product (GNP) comes from our exports.

Our exports pay for the things we import: our morning orange juice, fresh winter vegetables, wool and cotton clothes, TV sets, cars and computers. On another level,

exports also pay for the interest and dividends on foreign investment, for the deficit on tourism, for access to foreign technologies and for the borrowing which different levels

of government use to finance our economic development.

An important aspect of Canadian trade has been the shift over the years from the export of raw resources to semi or fully manufactured goods, which now account for 70% of our exports.

Several thousand small Canadian companies are actively involved in exporting. Many originally did not have the resources or expertise, especially for assessment of potential markets or for developing customer relations. They took advantage of the federal and provincial assistance available and the results have paid dividends for all Canadians.

Success in exporting is usually due to enterprising management, which discovers a need not already met by other suppliers, and concentration on a relatively narrow range of products which permit long runs and lower unit costs.



How Far Can Your Product Go?

Canada's a great market — but what's wrong with Chile? Or China? Or California? Get some of the basics on exporting by attending an "Exporting Your Product" seminar. This inexpensive 6 hour seminar is offered by the Federal Business Development Bank in collaboration with The Canadian Export Association. For information on this seminar (or on FBDB's entire Business Management Seminar program), contact the FBDB branch nearest you or call toll free (during business hours) 1-800-361-2126 (in B.C. call 112-800-361-2126). Who knows, this could be your first step to exporting your product.

There are exciting opportunities for expanding Canadian exports to various regions such as the ASEAN and Pacific Rim countries and the Third World. Spectacular gains have already been made by our exporters in such areas. In agriculture, rapid population growth brings an increasing requirement for food proteins. Canada is already the world's leading fish exporter and some 80% of our catch goes abroad.

The machinery and equip-

ment industries are substantially internationalized but the 50% of production which they export could be increased even further by restructuring for specialization. Job training, R&D and government purchasing programs have all assisted the high tech industry to compete at home and abroad.

Export development means more jobs and more money for Canadians. And that's of interest to everybody.

Trade — The Greatest Game Going

The global village is, in fact, a single vast marketplace; the buying and selling of every imaginable product and service is being negotiated every hour round the clock, somewhere in the world, in every language known to man.

Our country's growth and prosperity depend directly on our ability to compete in that marketplace, our ability to create and sell our wares to other nations. Every one of us has a stake in the game, no matter where we live, no matter what our occupation.

Check your T.S. (Trade Smarts) and see how much you know about "The Greatest Game Going".

1. What export can't take the heat?
2. What blue Canadian food product do the Japanese love?
3. What are Canada's three major exports?

4. Canadian products save lives in Africa. What are they?
5. How much did we export last year?
6. We export a product that makes people go FAST! What is it?
7. What do we export that you cannot see?
8. Who buys our bubble gum?

Answers

1. The ice cubes we export to Alaska.
2. Wild blueberries have become a favorite of the Japanese.
3. Passenger automobiles and chassis (to the U.S.); natural gas (to U.S.); wheat (to the U.S.S.R., China, Japan, Brazil).
4. A firm in Yarmouth, Nova Scotia, exports ambulances to Africa.

5. A record \$90.6 billion in export sales, due in part to an increase in the number of businesses entering the export market.

6. We export sports cars to Japan.

7. One of our fastest growing exports is consulting and technical services in such areas of expertise as planning and design development; construction and project management; and technical services such as aerial surveying and oil and water well drilling.

8. Venezuela buys a substantial percentage of our bubble gum.



Canada Sells Ice Cubes to Alaska?

Yes, Canada does sell ice cubes to Alaska. Interesting bit of trivia, but it doesn't affect you or me. Right?

How about squash court floors to Spain? Videos to India? Canola to Russia? Earth stations to China? Still doesn't have any effect on your life or mine. Right?

Wrong! There is a direct relationship between exports and jobs and the country's economic worth. Three million of us work in areas related to trade and more than 30 cents of every dollar of our Gross National Product (GNP) comes from exports. How well our exporters do at selling everything from ice cubes to earth stations specifically affects how much of the good life (imports such as our morning coffee) we Canadians can afford.

Canada Export Trade Month is again being held in October, this year. A National

Launch is being held October 1st in Washington, D.C. at the biggest international trade fair in which Canada participates, Public Transit Expo '84.

Canada Export Awards will be presented October 16, at a luncheon ceremony at the Metropolitan Toronto Convention Centre, during the Canadian Export Association's annual convention.

Canadian Trade Commissioners from all over the world will return home to give the benefit of their advice to experienced exporters and those considering taking the leap. Several hundred events, which will focus on the special interests of each region, are planned from coast to coast.

And the message: It's a challenge — it's exciting — it's where the action is.

(Note: The Ice House in the Yukon sells ice cubes to Haines, Alaska.)

Think Canadian

The federal government recently launched the most comprehensive national domestic marketing program it has ever undertaken. The initiative responds to one of the Government's major economic development objectives — stimulating the development and expansion of Canada's domestic market to create more jobs today and in the future.



ted to sponsoring a series of nation-wide marketing seminars in support of the program.

Imports of manufactured goods into Canada represented approximately \$64 billion in 1983. This represents a significant opportunity for expanding the market for Canadian-made

goods and could translate into thousands of potential jobs for Canadians.

The federal government is increasing its own commitment to the purchase of Canadian goods and services whenever they meet the standards of price and quality. For example, last November, the Minister of Supply and Services announced the Annual Procurement Plan and Strategy (APPS). Under APPS, federal procurement activities are coordinated to ensure that they contribute

more effectively to the country's broad economic and regional development objectives.

Some activities, such as store-wide promotions, point-of-purchase displays, and tagging and labelling to identify Canadian-made products, will be aimed primarily at general consumers and will feature the slogan "Hooray! It's Canadian". Emphasis will also be placed on manufacturers, processors and retailers to encourage Canadian sourcing of materials and equipment.

Activities such as domestic trade fairs and specialized industrial shows will be used to reach these audiences. In addition, the publication of **Manufacturing: A Catalogue of Canadian Market Opportunities**, and the revamping of the Business Opportunities Sourcing System will enable manufacturers to identify market opportunities currently supplied through imports and assist Canadian and foreign buyers to source their requirements in Canada.

The federal government intends to spend \$20.5 million over two and one half years on a wide range of activities — advertising, public relations, retail promotion and cooperative programs with the private sector — to encourage Canadians to buy made-at-home products and services when they are available and competitive in price and quality. The theme of the program is "Think Canadian", which will be complemented by the in-store retail theme, "Hooray! It's Canadian".

Like its successful predecessor, "Shop Canadian", this more comprehensive program will be carried out on a continuing basis over the long term in cooperation with the private sector. While "Shop Canadian" was aimed mainly at retail purchasing and increasing the identification of Canadian-made products, "Think Canadian" will be more all-encompassing, requiring the involvement and commitment of suppliers, retailers, labour, consumers and the general business community.

The program has already been supported by many major associations, among them the **Canadian Manufacturers' Association**, the **Purchasing Management Association of Canada**, the **Canadian Labour Congress**, the **Canadian Chamber of Commerce** and the **Retail Council of Canada**. The Industry Minister has sent out more than 40 000 letters to manufacturers across the country, requesting them to become involved. The Canadian Chamber of Commerce, in conjunction with its 700 affiliated offices, is already commit-

A special feature by Douglas Lajeunesse



A decline in small business deaths during the past 18 months shows that the fragile economy is continuing a steady recovery.

The CFIB, after monitoring its 64 000 member-firms on an individual basis each year since 1981, recorded all business deaths, including bankruptcies, receiverships and voluntary closings. It then applied its findings to estimate the total number of deaths in the entire small business community comprised of firms with annual sales of less than \$2 million a year.

The Federation also utilized statistical information from the federal government to estimate more accurately small business start-ups and the total number of small businesses.

In 1981, out of a total of 748 000 smaller companies, there was a 7.5% death rate, or 56 000 companies — including 8 055 bankruptcies.

In 1982, the peak of the recession, the death rate

jumped to 10.7%, based on 785 000 small businesses, for a total of 84 000 closings. The number of bankruptcies rose to 10 765. Nevertheless, 87 000 firms were born in that difficult year.

In 1983, new formations increased 10% to 96 000. During that year the rate of closures, out of a total of 787 000 companies, dropped to 8.1%, or 64 000 business deaths, of which 10 260 were bankruptcies.

The economic recovery has continued its gradual pace in the first six months of this year, a fact which is reflected by a decline in business deaths to 7.4%, or 30 000 firms. Since business failures are traditionally higher in the first half of any calendar year, the total death rate for 1984 is expected to be less than 60 000.

These numbers are significant since they give a much more realistic picture of the true death rate in small business, and also of the sector's tremendous resiliency.

"Measuring business deaths mainly in terms of bankruptcies is very misleading," said CFIB President John Bulloch. "It's the total closings which give the full picture."

As tragic as these deaths are, the good news is the tremendous flexibility and regeneration of the small business sector.

"This is clearly shown by the 1982 statistics," said Bulloch. "When even during the darkest economic period in many years there were still more new formations than deaths."

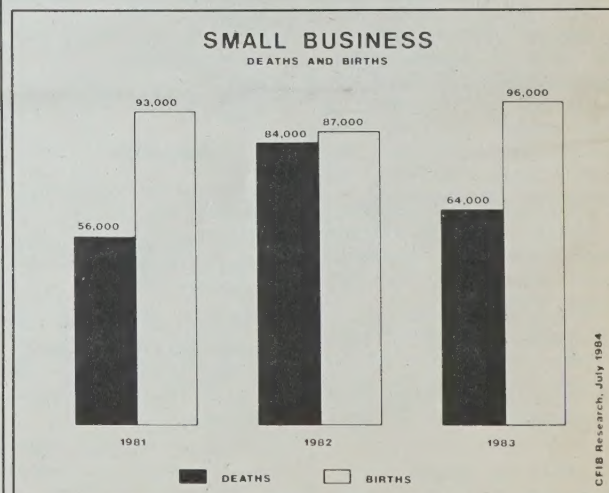
Bulloch also made the point that high birth and death rates are characteristic of both

Canada and the United States. He said they're a measure of the high degree of entrepreneurship in our culture.

"The birth rate is a function not only of first time start-ups, but of the number of entrepreneurs who have failed and started over again, or who are forming additional ventures."

Bulloch also said that CFIB research in the recent past has clearly shown that young firms generate a high percentage of new jobs.

It is the difference between births and deaths that accounts for the new jobs in today's economy, especially jobs for young people.



RETAILERS' CORNER

How to Recruit Your Staff

An independent retailer's greatest asset, after ingenuity and entrepreneurial spirit, is staff.

As the major department stores and speciality chains increasingly react to pressures on their profit margins by cutting back on staff, new exciting opportunities open for the independent, whose competitive strength has always been the level of personalized service offered to customers.

Customers these days, like so many other people in our lives, are polarized... they want from their stores either the absolute efficiency of well-organized self-service, or the personal touch and warmth of affable, concerned, knowledgeable sales staff. The stores in the "middle" — those with some staff insufficiently trained to serve customers well on the floor, and merchandise arranged so the customer needs help to select it — are the ones in trouble.

All independents know how important their staff is in the competitive marketplace battle. They know they must have the right people, those who reflect in their very stance on the floor, in their appearance, their manner, and

develop professionalism in this function, despite its urgent importance to their success.

What follows are a few tips on how to accomplish the recruiting and training tasks to optimize the retailer's use of staff as a prime weapon in the battle to win and keep customers.

Before seeking any staff for the store, it is important to write out a job description for every position you have. This may sound onerous for someone who has never done it, or it may seem unnecessary — after all, everyone knows what salespeople do, don't they? They sell.

However, when you go through the exercise of actually writing down the duties of a

bly works, but in a metropolitan area you're paying top dollar for a lot of wasted circulation in districts too far away from the store for prospective employees to consider day-to-day travel).

Canada Manpower can be a source of candidates, again depending on location. In many metropolitan offices, the branches may be too heavily burdened to be able to take the time to really understand your operation and your definition of the kind of person you're looking for (although again, clear job descriptions and lists



of personal specifications help in the process).

Sources which are more often successfully used by independents include:

- **Recommendations from current employees;** they may have friends or family seeking employment. Since they are already successfully employed by you, they obviously have a good insight into what kind of person would make a real contribution to your success.
- **Recommendations from your customers.** Again, they understand your business and have an insight into the

SMALL BUSINESS WEEK
In Canada
October 21st to 27th
THE MORE YOU KNOW THE MORE YOU GROW
see page 9



right kind of employee, the one they would like to have serving them. You might be surprised, if you ask them, to find one of them might be interested in the job.

- **People working in other service areas.** Keep your eyes open when you're going to the bank, getting gas at the service station, eating in a restaurant...or shopping in other stores. You may find a person whose service to you is great and who might be a good candidate.

No matter how small your operation, when you have a candidate for a job in your store, you should have an application form printed up (it can just be typed and produced by a quick-print shop) for the applicant to fill in.

You should also take the time to interview the person properly, using your job description and personal specifications to guide you through the interview. Be sure not only to get sufficient, and the right,

information about candidates, but also to explain your retailing philosophy and strategy, so they understand right from the beginning the environment into which they must fit.

And, of course, once you have hired the right persons, it is essential to give them a basic grounding in how things are done in your store, and how they are expected to do their jobs.

You can't build something without having the right tools. You're trying to build a service-based business which will bring in customers and keep them coming back; you can't do it unless you've given the people on the front line, the people who are your store as far as your customers are concerned, the tools to do their jobs right.

For more information contact the **Retail Council of Canada, Suite 212, 214 King Street West, Toronto, Ontario M5H 1K4 (416) 598-4684.**



their product knowledge, the image the proprietor has set out to establish for the store.

Many, however, have difficulty finding and recruiting these ideal salespeople, and training them to do an effective job once they do find them.

Personnel management is a profession unto itself, and the people who went into retailing because they had a natural talent as merchants do not have the time or opportunity to

salesperson (or stock-keeper, or cashier, or receiving clerk), you may surprise yourself at the tasks you expect the person to accomplish, and the skills and characteristics required to ensure the job is done well.

Finding good candidates for the job can be your second major headache. Depending on your location, advertising in the local newspaper is not likely to be too effective for you (in a small town, it proba-

"The Office Automation Challenge"

In its Summer 1984 issue, Profit\$ published excerpts from the "Word Processing" chapter of this new, practical book sponsored by the Montreal Board of Trade and co-authored by a FBDB staffer. The book also covers such topics as: Needs Analysis, How to Choose Equipment and Implementation. **The Office Automation Challenge** is still available at \$16 from **The Montreal Board of Trade**, 1080 Beaver Hall Hill, Suite 710, Montreal, Quebec H2Z 1S9 (please attach payment) or from your bookstore.



How Does Your Company Measure Up?

RESTAURANT AND FOOD SERVICES

CORNER

Watch for Changes in Customer Preferences

Foodservice Megatrends

At a time when competition for the foodservice dollar has never been fiercer and when fads and trends can change almost overnight, the successful restaurateur is the one who is reading about and reacting to them. The more information business people can get about customer preferences, the better their chances are of staying ahead of the competition.

In order to give members an advantage in the marketplace, the Canadian Restaurant and Foodservices Association (CRFA) sees the compilation and dissemination of relevant business information as an important member service.

Where else will you find out that baking, broiling and steaming are becoming more popular methods of food preparation, while frying is losing a lot of its traditional popularity. Or that singles are the biggest restaurant spenders and this market is still growing. Or that the recession worked in favour of the fast food sector.

Sector Analysis

In its efforts to supply members with advance information

on changing conditions, CRFA analyses all foodservice sectors so members can compare their businesses with similar operations.

Licensed restaurants are currently the largest sector of the industry, with 28.2% of the industry sales amounting to \$4.5 billion.

The winners in this sector are those establishments offering high-quality food, good service and an appropriate environment. The growth of sales in the sector was 9.2% in the past two years (1982-83).

The **unlicensed restaurant sector**, dominated by the fast-food people, is "the brightest star in the industry" according to CRFA and is responsible for

about 13.3% of total industry sales, or about \$2.9 billion per year.

Convenience is the major aspect of the sector's success and it is moving toward a greater variety of food of better quality than in the past. Sales growth in the past two years is an impressive 24%.

CRFA describes **institutional foodservice** as a "huge but invisible sector", doing \$2.8 billion per year in sales and capturing 17.3% of the total market.

Sales in the past two years have increased by a modest 8% and future growth will be generated by expansion of hospitals, homes for the aged, special care facilities, etc.

The fourth largest foodservice sector currently is the **hotel, motel and resort sector**, with 14.1% of the total market and about \$2.2 billion in food and beverage sales.

Sales are expected to rise about 6.3% this year in a sector which has suffered severely from a drop in tourism and corporate travel. The rise in sales, however, would only be a recovery from market losses incurred in 1982 and 1983.

The **take-out restaurant sector** accounts for 7.6% of the overall market, with \$1.2 billion in sales, and CRFA sees a tremendous growth potential here given the advent of pay T.V., video cassettes and other in-home entertainment advances.



The take-out establishments that do not offer any inside seating lost business in 1983 to full-service restaurants which began to offer upscale take-out services.

The sixth-largest industry sector is the **catering business**, with 4.9% of the market and \$800 million in annual sales. It suffered from the recent recession, which reduced contract catering, and sales are decreasing as more hotels and restaurants move toward outside catering services.

More Quality

One of the most notable current trends identified in the foodservice industry is the placing of greater emphasis on quality in all restaurant types.

Canadians are becoming more sophisticated and selective in their choice of food and beverages and the successful

foodservice establishments will be those that continue to provide quality while managing to keep prices within the range of their markets.

There is also a move to "white, light and fresh foods" as customers become more concerned with health and nutrition. Lighter foods such as fish and salads, and smaller portions are what people are going to be looking for as the '80s progress.

CRFA operates an extensive Resource Centre at its Toronto offices containing statistics, trends and legislative information on the hospitality industry. For further information on foodservice projections, sector analysis or industry opportunities contact the Canadian Restaurant and Foodservices Association, 80 Bloor Street West, Suite 904, Toronto, Ontario M5S 2V1 or call (416) 923-8416.



PROFITABLE READINGS

The Complete Guide to Job Sharing. — Patricia Lee. — Walker, New York; distributed in Canada by John Wiley and Sons, Canada, 22 Worcester Road, Rexdale, Ont. M9W 1L1. \$10.00.*

Directed at both the employee who wants a more flexible employment arrangement and

the employer who wants to initiate job sharing in his or her firm, this book provides detailed information on joining or setting up a job sharing system. Included in this work are sample forms for task analysis, partner profiles, and team performance appraisals. There are also extensive bibliographies for further reading.

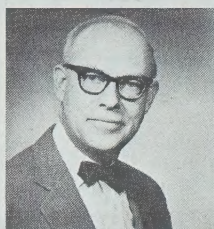
Sector Highlights

	Market Share	Growth 1982-83	Trend
Licensed Restaurants	28.2%	9.2%	Higher quality food
Unlicensed Restaurants	13.3%	24.0%	Greater variety and quality food
Institutional food services	17.3%	8.0%	Growth based on aging population
Hotels, Motels & Resorts	14.1%	Negative	Dependent on Tourism & Corporate Travel
Take-out Restaurants	7.6%		Tremendous potential based on Home Entertainment advances

The Daughter and The Business

This article is condensed from a chapter in the author's book, *THE FAMILY IN BUSINESS*, released by the IBI Press, Box 159, Akron OH 44309. Tel.: (216) 253-1757.

FRANK BUTRICK has, for over two decades, been a leading consultant, convention speaker and author on the family-owned business. He has written hundreds of magazine articles through the years and his concepts have been incorporated in numerous books. He averages nearly 50 convention appearances a year, and is active as a consultant, serving business owners all over America.



Many business owners look at their family and discover that a daughter is interested in the business. Some of them accept this with equanimity, rising gracefully to respond to the idea of a woman some day running their businesses. And others do not — and should.

Not a New Development

In no way is this a plea on behalf of women's lib or so-called equal rights. It is not necessary since there has always been a certain proportion of women in business. Most of them hold less than executive positions, but so do most men. Yet others have worked into traditionally masculine jobs, with perfectly fine results.

And in smaller businesses of all kinds there have always been lady owner/managers. Widows, daughters of owners, and even an occasional entrepreneur. Except in certain lines of retail selling, they have always been a minority. But it does not really surprise us to find an occasional wife (widow) or daughter who is in sales, or is a truck driver — or winds up running a forging plant or a sporting-goods store.

So if your daughter wants to run your business some day, will take the time to prepare herself for the task, and is willing to accept the long hours, hard work, and responsibility involved — then why not?

Really, the key question is, "Does your daughter really WANT to run the business — enough to accept the impact of that decision on her life — and if so, for HOW LONG will she want to run it?" There is a great deal of noise about sex discrimination, but what it really boils down to is this: A woman's place is in the home — IF that is where she WANTS to be. If she wants to be in your business, then that is her place.

Her Children

Of course, there are obstacles, but these are mostly habit and tradition, rather than fact. The largest obstacle seems to be the lady's family. If your daughter marries and becomes a mother, her children and her work will interfere with each other.

Still the inconvenience of a family does not preclude a woman working in a company, nor should it prevent her from heading it up. Between nursemaids and nursery schools and day help, she can work full time, the same as a man. And if she loses a day now and then because she is a mother, so what? Few businesses require 100% attendance — not if they are properly managed.

Her Husband

Ironically, if your daughter faces any real problem in becoming your successor, it is more likely to come from her husband than it is from her father or her ability to take on a "man's job".

If your daughter marries, her husband will have a profound effect upon her ability to run your business. Does he come in, too? If so, in what capacity? Second fiddle to his wife? Can they be partners in management without rivalry, or without one getting the upper hand to the disadvantage of the other?

And if the son-in-law stays out of the business and pursues his own career, what happens when he is transferred to another city — or accepts a position with some distant firm? Or goes into business for himself and wants her help? Will he jeopardize his own career and his future for his wife's career — and YOUR business?

The family business can build a son's life, but will it build your daughter's life — or destroy it? In the final analysis, only the daughter can deter-

mine the answer to this knotty question.

Nonetheless, never rule out your daughter as your successor, because other daughters have taken over their father's business at his retirement or death, with remarkable success. One which comes to mind is a midwestern plant.

A Case-History

The founder (now retired) had only one child — a daughter. From the very beginning she was fascinated by manufacturing; she and her father were very close and he helped and encouraged her to keep up that interest in manufacturing through her teens and four years of college. She returned to the business with an industrial-engineering degree from a good college and her father started her on a well-organized training program which included working in all of the various departments, learning every job — from bottom to top.

During her early twenties she also married. Her husband was a teacher and is now the high-school principal. When her father's health failed, he moved her quickly into the top post of his business. With his help and that of an elderly shop superintendent, she took over smoothly.

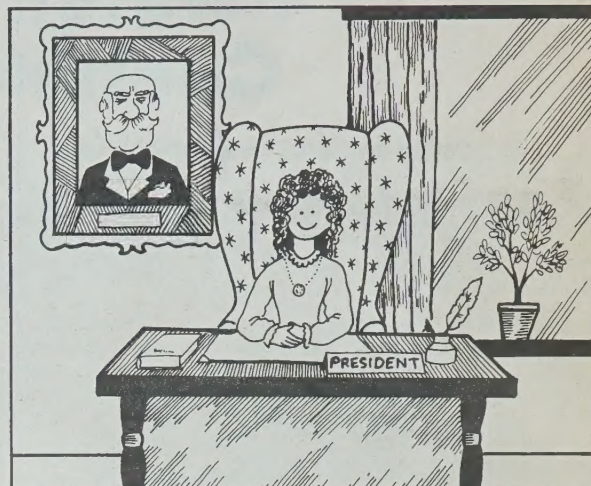
Today, the business is thriving — growing and making money. The daughter is a happily married career woman, the mother of three children, looked after during the day by a housekeeper. This is merely one example that demonstrates how a daughter can "follow in father's footsteps", even in a so-called masculine industry. I have met dozens of others.

A Few Prerequisites

This daughter wanted to run her father's factory, studied for the job, practiced, took over and succeeded — because she wanted to. Also give her credit for picking a husband who could advance in his home town so their careers would not conflict.

So if your daughter really wants to run your company — wants to badly enough to work and prepare for it, and marries the right husband — then she will probably be a great success, quite as good as a son. And quite possibly better.

So in the final analysis, your



daughter could become an excellent successor for you. But you will have to teach her, the same as you would a son. And you must not try to keep her as "daddy's little girl", because she will have to learn to carry her own weight and fight her own battles, just as would a son.

For practical purposes, it IS a man's world, and your

daughter-successor will have a difficult time finding her way into it. But you harm her, not help, when you try to shield her from the rough and tumble of reality. Just give her a fair chance and she will probably do very well indeed — as long as she picks the right husband and organizes her personal life so as to accommodate her career as an entrepreneur.

PROFITABLE READINGS

Diary of a Small Business. — Irene Smith. — Scribner's, New York; distributed in Canada by John Wiley and Sons Canada, 22 Worcester Road, Rexdale, Ontario M9W 1L1. \$22.00*.

A first hand account of one woman's experience at starting, struggling with, and finally succeeding in her own office services business in New York City. We are clearly shown both sides of the entrepreneurial coin — the thrill and satisfaction of owning your own firm and being your own boss, and the exhausting grind of working 18-hour days and 7-day weeks for the early years of the firm's existence.

She gives much practical advice to would-be entrepreneurs, based upon her own experience: plan for any contingency possible, especially rapid growth; keep a tight rein on finances; establish and keep good relations with your banker, lawyer, and accountant; and above all, be

prepared from the start to manage your new firm.

Industrial Marketing Research: Techniques and Practices. — Donald D. Lee. — 2nd ed. — Van Nostrand Reinhold, New York. Distributed in Canada by Gage Publishing Limited, 146 Commander Blvd., Agincourt, Ontario M1S 3C7. \$32.00.

This book is about the techniques and practice of marketing research for industrial goods, which the author says differ considerably from consumer market research, but is a field in which formal study or training has been ignored. The author defines major functions and characteristics of industrial marketing research, such as identifying markets, defining products to satisfy markets, measuring and forecasting demand, price forecasting, and so on, and provides techniques to perform them. Illustrative case studies are also included in this book.

British Columbia & Yukon

region

message from the

Vice President



The More You Know, The More You Grow

Surviving is Directly Related to Management Ability

In my many years of experience as a banker I have learned that business survival and growth is directly related to the ability and the efforts of managers to foresee problems and find solutions. Your survival as an independent business is important to us. Our role is to support the creation and growth of businesses. In this spirit, the Canadian Chamber of Commerce and the Federal Business Development Bank proudly co-sponsor Small Business Week, October 21st through 27th, 1984 in Canada, in recognition of the importance of independent businesses such as yours.

"The More You Know, The More You Grow"

This year's theme is "The More You Know, The More You Grow". I want to ensure that you are aware of all the information and help available for your business so that you will not only survive but also grow.

I have seen smart business operators learn the secrets of solving their business problems. They understand the significance of quickly identifying problems and the urgency of knowing how to find solutions. The same techniques are available to you.

Learning to Find Solutions

Knowing and admitting you're facing a problem is the first step and sometimes that isn't always obvious. The next step is to know where and how to obtain information. Whether it is how to obtain additional equity vs debt financing, or statistics on your marketing, understanding the intricacies of controlling your costs and expenses, evaluating changing business opportunities, learning how to motivate employees for greater productivity or any other aspect of your operation, we at the Federal Business Development Bank can help.

Small Business Week is Your Opportunity

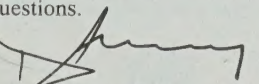
This week is your opportunity to invest in yourself! Take the time to attend a Workshop, an Information Session, an Open House or a Business Fair. I think you will be pleasantly surprised to learn how other owners are making use of the Federal Business Development Bank as an information bank.

Throughout B.C. and the Yukon we will be presenting free 1 1/2 hour Workshops covering Marketing, Cash Budgeting, Personnel or Forecasting. Our branches will advertise and publicize where these workshops will be held and how you can attend. The adjoining advertisement covers those for the lower mainland. Call our nearest branch office for details.

The Business Fair (Oct. 24th & 25th, Sheraton Villa Inn, Burnaby) includes 55 exhibitors with a cross section of business, government departments and associations. Exhibitors will present individual free workshops outlining how their organization is available to support and assist you as a small business.

During Small Business Week we will also announce the winner of the **Business Management Award**. It is presented to the independent business that has made the greatest progress with recommendations from our CASE Counselling service. This award highlights the growth that a small business can make even in these difficult times if given the right direction and advice, and management's willingness to work hard and make the right decisions.

My staff and I are looking forward to meeting you at these Small Business Week events to explain what we can do for you and to answer your questions.


D.A. Kerley
Vice-President &
Regional General Manager

Seminars in Rainbow Country — Oct. 19th & 20th

We are offering a special Friday and Saturday series of three seminars at beautiful Harrison Hot Springs — (sometimes known as Rainbow Country). Euan Izatt, our senior seminar leader, will present: **Marketing, Motivation and Leadership, and Time Management**. These topics, critical in today's marketplace, can translate into increased productivity, increased sales and a highly effective

management style.

The relaxed and comfortable atmosphere at Harrison facilitates group discussion of common business problems and solutions. For this reason we have included a hospitality suite as part of the package.

The biggest single benefit you will obtain from these two days is coming away with an entirely refreshed and enthusiastic management approach

which will pay off in terms of increased sales, and productivity with motivated employees.

The reasonable \$110 fee includes all the seminar materials, the hospitality suite and lunch on Saturday. (Accommodation is not included.)

To attend the seminars in Rainbow Country, call our Central Seminar Registry at 687-1300, local 238.

SMALL BUSINESS WEEK

in Canada
October 21st to 27th

THE MORE YOU KNOW, THE MORE YOU GROW

Activities in Greater Vancouver and Fraser Valley

Monday, October 22nd 9:00a.m. — 10:30a.m.	Cash Budgeting Workshop	Downtown Education Centre 549 Howe Street Surrey Inn 9850 King George Highway Surrey	
	1:30p.m. — 3:00p.m.	Cash Budgeting Workshop	Best Western Hotel North Road, Coquitlam Airport Inn Richmond
	7:00p.m. — 8:30p.m.	Personnel Workshop	
Tuesday, October 23rd 2:00p.m. — 5:00p.m.	7:00p.m. — 10:00p.m.	Forecasting and Cash Budgeting Workshop	
	7:00p.m. — 9:00p.m.	Manufacturers and Exporters Information Workshop Marketing Workshop and Information Session	Royal Towers Hotel 6th Street & Royal Ave. New Westminster North Vancouver Chamber of Commerce
Wednesday, October 24th 9:00a.m. — 10:30a.m.	9:00a.m. — 4:00p.m.	Forecasting Workshop	Copper Kettle Restaurant Abbotsford
	11:00a.m. — 9:00p.m.	CASE Counselling Open House	New Westminster Branch
	1:30p.m. — 3:00p.m.	Business Fair	Sheraton Villa, Burnaby
		Cash Budgeting Workshop	Harvesters IV Restaurant Chilliwack
2:30p.m. — 4:00p.m.	Forecasting Workshop	Downtown Education Centre Vancouver	
Thursday, October 25th 9:00a.m. — 10:30a.m.	11:00a.m. — 9:00p.m.	Forecasting Workshop	West Country Hotel 20222-56th Ave., Langley
	7:00p.m. — 8:30p.m.	Business Fair	Sheraton Villa, Burnaby
		Marketing Workshop	Douglas College New Westminster
7:00p.m. — 9:30p.m.	Information Session	John Oliver High School Vancouver	
Friday, October 26th 1:30p.m. — 4:30p.m.	Open House	Langley Branch	

For information on any of the Free Workshops, Information Sessions, Open Houses or the Business Fair, contact any of the following branch offices:

Langley	533-1221
New Westminster	525-1011
North Vancouver	980-6571
Vancouver	681-7484



THE CANADIAN CHAMBER
OF COMMERCE



Federal Business
Development Bank

Banque fédérale
de développement



Seat-Of-The-Pants Management Is Out!

Seat-of-the-pants management is Out. Sound understanding and rational decision-making is In. This is especially true when it comes to understanding how your business stands financially and how to get maximum use from the information contained in your financial statements.

Yet, in today's volatile and dynamic business world, many business people simply don't understand how to "read" these important sources of information. It may give a business owner some comfort to say, "My accountant will take care of it", but that comfort could be short-lived.

It's understandable that you'd rather not get involved with all the nitty-gritty details of entering every item in the financial recording process. But it's important for business owners to be involved and un-

derstand key aspects of their businesses so they can better plan for the future. Otherwise, entrepreneurs are ill-equipped to make many important decisions. They end up relying on guesswork. That's seat-of-the-pants management — and that's just not good enough to succeed in today's business climate.

Because life can be unpredictable for business owners they must prepare themselves as best they can. There's no better preparation than knowledge, and knowledge of your financial situation is critical. If you don't understand the information in your financial statements you don't have the knowledge about your business that you need.

FBDB has a seminar that will teach you how to read the information contained in your

financial statements. By participating in **How to Understand Financial Statements** you will be better able to accurately determine the state your business is in, as well as understand some of the terms used by bankers and accountants.

Don't put it off. The time is now. You won't regret the knowledge you'll gain. And, you'll put seat-of-the-pants management behind you.

Learn the Language Money Talks

Stop being confused by the language used by bankers and accountants. And learn how to read the information contained in your financial statements. Register for one of our **How to Understand Financial Statements** presentations listed below. A half-day of your time and a registration fee of \$27.75 is all it takes.

City	Place	Date	Time
Vancouver	Four Seasons Hotel 791 West Georgia Street	Oct. 2	9 a.m.-12 noon
Kamloops	Harold's Restaurant	Oct. 17	9 a.m.-12 noon
Richmond	Airport Inn 10251 St. Edwards Drive	Oct. 31	9 a.m.-12 noon
Vancouver	Four Seasons Hotel 791 West Georgia Street	Nov. 1	6:30 p.m.-9:30 p.m.
North Vancouver	North Vancouver Chamber of Commerce 131 East 2nd Street	Nov. 13	7 p.m.-10 p.m.
Prince George	FBDB Prince George Branch 299 Victoria Street	Nov. 13	1 p.m.-4 p.m.
Whitehorse	Klondike Inn	Nov. 20	9 a.m.-12 noon
New Westminster	Royal Towers Hotel 6th Street & Royal Ave.	Nov. 22	9 a.m.-12 noon

Register now by calling 687-1300 (Ext. 242)

Easy Peace Of Mind

Go With the Cash Flow!

Does your money handle you? Or do you handle your money? Register for one of our **Effective Cash Management** presentations listed below. A half-day of your time and a registration fee of only \$27.75 is all it takes for you to take charge of your cash resources and plan your operations accordingly.

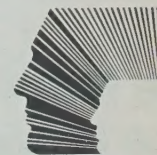
City	Place	Date	Time
North Vancouver	North Vancouver Chamber of Commerce 313 East 2nd Ave.	Oct. 4	7 p.m.-10 p.m.
Burnaby	Sheraton Villa Inn 4331 Dominion Street	Oct. 9	9 a.m.-12 noon
Prince George	FBDB Prince George Branch 299 Victoria Street	Oct. 17	1 p.m.-4 p.m.
Vancouver	Holiday Inn 711 West Broadway	Nov. 6	1:30 p.m.-4:30 p.m.
Dawson Creek	Northern Lights College	Nov. 13	7 p.m.-10 p.m.
Surrey	Surrey Inn 9850 King George Hwy.	Dec. 6	1 p.m.-4 p.m.

Register now by calling 687-1300 (Ext. 242)

SMALL BUSINESS WEEK

in Canada
October 21st to 27th

THE MORE YOU KNOW, THE MORE YOU GROW



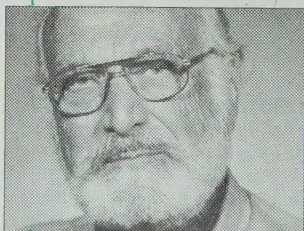
"CASE helped us expand our markets with solid professional advice".



Brigitte Neven, President
Colorific Photo Labs Limited
Vancouver, B.C.

CASE

(COUNSELLING ASSISTANCE TO SMALL ENTERPRISES)



Sam R. Fogel — a 35 year career in marketing, advertising and promotion. As a CASE Counsellor, his advice is helping small businesses solve the problems they face and take advantage of the opportunities they see.

The business was already in good shape. Markets had been established at home and abroad for its photographic mural and display products.

Now it was time to broaden the market base. It was felt that an expert critique of the firm's

marketing strategy would be wise before proceeding, as well as some ideas about its implementation.

So CASE was called and Sam was given the assignment.

As a result of his input, markets have been expanded through improved marketing and advertising techniques. His recommendations included some novel promotional ideas that helped increase product visibility to complement the TV and magazine advertising.

Over and above this, the business is now able to look ahead because of formalized growth planning which Sam helped to develop.

To find out how CASE can help your business, call FBDB today, toll-free: 112-800-361-2126

La Banque offre ses services dans les deux langues officielles.

BACKING INDEPENDENT BUSINESS



Federal Business Development Bank
Banque fédérale de développement

Canada

Finie la gestion empirique!

La gestion empirique a fait son temps. C'est la prise de décisions réfléchies et rationnelles qui est maintenant au goût du jour. D'autant plus lorsqu'il s'agit de comprendre la situation financière de votre entreprise et de tirer le maximum des renseignements contenus dans vos états financiers. Aujourd'hui, dans un monde des affaires dynamique et changeant, bien des gens d'affaires ne savent tout simplement pas «lire» ces importantes sources d'information. Le chef d'entreprise qui dit, rassuré: «Mon comptable va s'en occuper», ne voit peut-être pas assez loin.

Il est compréhensible que vous n'ayez pas envie de vous arrêter à tous les détails relatifs à l'inscription de chaque opération dans les livres comptables. Un chef d'entreprise doit, cependant, être en mesure de surveiller et de comprendre les principaux aspects du déroulement de son entreprise afin de lire les informations contenues dans vos états financiers. Initialement de son entreprise afin de mieux planifier. Autrement, il devra prendre beaucoup de décisions importantes sans disposer de toutes les données nécessaires. Il finira par s'en rendre compte à son flair. C'est ce qu'on appelle la gestion empirique, laquelle ne permet plus de réussir dans le monde des affaires d'aujourd'hui.

Étant donné la grande part d'imprévu avec laquelle il doit composer, le chef d'entreprise est tenu de se préparer du mieux qu'il peut. La connaissance est la meilleure préparation à une situation financière est indispensable. Si vous ne comptez pas les informations contenues dans vos états financiers, vous n'avez pas de votre entreprise toutes les connaissances dont vous avez besoin.

La BFD offre un séminaire conçu pour vous apprendre à figure ci-dessous. Une demi-journée et 27,75\$ pour les frais d'inscription, c'est tout ce qu'il vous faut!

Apprenez le jargon de la finance

Arrêtez d'être perdu dans le langage des banquiers et des comptables. Et apprenez à lire les informations contenues dans vos états financiers. Inscrivez-vous à l'une des séances de notre séminaire intitulé **Comment comprendre vos états financiers**, dont la liste figure ci-dessous. Une demi-journée et 27,75\$ pour les frais d'inscription, c'est tout ce qu'il vous faut!

Arrêtez d'être perdu dans le langage des banquiers et des comptables. Et apprenez à lire les informations contenues dans vos états financiers. Inscrivez-vous à l'une des séances de notre séminaire intitulé **Comment comprendre vos états financiers**, dont la liste figure ci-dessous. Une demi-journée et 27,75\$ pour les frais d'inscription, c'est tout ce qu'il vous faut!

Ville	Endroit	Date	Heure
Vancouver	Four Seasons Hotel	2 oct.	9 a.m. — 12 midi
Kamloops	Harold's Restaurant	17 oct.	9 a.m. — 12 midi
Richmond	Airport Inn	31 oct.	9 a.m. — 12 midi
Vancouver	Four Seasons Hotel	1 nov.	6:30 p.m. — 9:30 p.m.
North Vancouver	Chambre de commerce de North Vancouver	13 nov.	7 p.m. — 10 p.m.
Prince George	La succursale Prince George de la BFD	13 nov.	1 p.m. — 4 p.m.
Whitehorse	Klondike Inn	20 nov.	9 a.m. — 12 midi
New Westminster	Royal Towers Hotel	22 nov.	9 a.m. — 12 midi

Si vous désirez participer, appelez 687-1 300 (ext. 242)

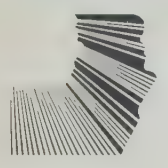
Ville	Endroit	Date	Heure
North Vancouver	Chambre de commerce de North Vancouver	4 oct.	7 p.m. — 10 p.m.
Burnaby	Sherraton Villa Inn	9 oct.	9 a.m. — 12 midi
Prince George	Succursale de Prince George de la BFD	17 oct.	1 p.m. — 4 p.m.
Vancouver	Holiday Inn	6 nov.	1:30 p.m. — 4:30 p.m.
Dawson Creek	Northern Lights College	13 nov.	7 p.m. — 10 p.m.
Surrey	Surrey Inn	6 déc.	1 p.m. — 4 p.m.

Si vous désirez participer, appelez 687-1 300 (ext. 242)


La tranquillité d'esprit — c'est facile

La gestion efficace de la trésorerie

Êtes-vous à la merci de votre trésorerie? Savez-vous utiliser votre encaisse? Inscrivez-vous à l'une des séances de notre séminaire sur la **Gestion efficace de la trésorerie**, dont la liste figure ci-dessous. Une demi-journée et 27,75\$ pour les frais d'inscription — voilà tout ce qu'il vous faut pour prendre en charge votre encaisse et planifier votre exploitation en conséquence.




SEMAINE DE LA PME
au Canada,
du 21 au 27 octobre
PLUS J'APPRENDS, PLUS J'ENTREPRENDS



«CASE nous a assisté pour développer de nouveaux marchés grâce aux conseils de ses spécialistes.»
Brigitte Hovan, présidente
Colonic Photo Labs, Ltd.
Vancouver
Colonic Labarique

CASE



Sam Fogel est riche d'une expérience de 35 ans en marketing, publicité et promotion. Il est l'un de nos conseillers CASE dont les conseils aident les dirigeants de la petite entreprise à résoudre leurs problèmes et à profiter des occasions qui s'offrent à eux.

Les affaires allaient bien. Le matériel photographique pour murales et présentoirs se vendait autant au pays qu'à l'étranger.

On songeait sérieusement à agrandir le marché, aussi!

ON APPUIE VOTRE ENTREPRISE

La Banque fédérale de développement
Federal Business Development Bank
Canada

(CONSULTATION AU SERVICE DES ENTREPRISES)

s'adressa-t-on à un spécialiste du marketing avant de faire le grand saut. Les préoccupations portaient surtout sur la stratégie et la mise en oeuvre.

Un simple coup de fil à CASE Fogel.

Ses recommandations entraîneront une expansion plus que satisfaisante du marché de l'entreprise. Les conseils en matière de promotion ont permis de rendre le produit plus visible de façon à renforcer la publicité à la télévision et dans les journaux.

De plus, grâce aux prévisions de croissance de l'entreprise, préparées par Sam Fogel, l'ave-nir semble plus prometteur.

CASE ne demande qu'à vous aider, renseignez-vous sur les services offerts en communiquant avec nous sans frais au: 112-800-361-2126

The Bank offers its services in both official languages.

np əʒvassəm



Plus j'apprends, plus j'entreprends

Profitez de la Semaine de la PME!

Prenez le temps de participer à un atelier, d'information, à une journée d'adoption, à une foire commerciale. Vous serez agréablement surpris d'apprendre de quelle façon d'autres propriétaires d'entreprises utilisent la BFD comme banque d'information.

Nous organiserons un peu partout, des ateliers gratuits une heure et demie sur le thème de la culture populaire. L'établissement d'un budget de trésorerie, le personnel, l'établissement de conventions. L'annonce ci-dessus concerne les ateliers offerts dans le sud-ouest de la province. Appelez la succursale la plus proche pour plus de détails.

La foire commerciale (les 25 et 26 octobre au Sheraton Hotel, Burnaby) réunira des exposants et des représentants d'entreprises, de ministères et d'associations. Les exposants tiendront divers ateliers gratuits pour expliquer le processus et l'aide qu'ils peuvent vous offrir.

rapports avec les autres, de façon de résoudre les problèmes, après avoir compris l'importance et l'urgence de le faire. Vous aussi pouvez vous familiariser avec ces méthodes.

des solutions

Mon personnel et moi-même espérons vous rencontrer pendant la Semaine de la PME pour vous expliquer ce que nous pouvons faire pour vous aider et pour répondre à vos questions.

Le vice-président régional
D.A. Kerley
et directeur général,

PME au Canada,
du 21 au 27 octobre
PLUS D'APPRENTISSAGE, PLUS D'ENTREPRENDIS

Séminaires à Rainbow Country
— les 19 et 20 octobre

ductivité grâce à des employés motivés.

Le coût est raisonnable. Les frais de \$110 comprennent toute la documentation des séminaires, la suite d'accueil et le dîner du samedi. (L'hébergement n'est pas inclus).

Pour réservations, veuillez appeler notre bureau central des inscriptions à 687-1300, poste 238.

Le samedi 22 octobre		Le dimanche 23 octobre		Le lundi 24 octobre		Le mardi 25 octobre		Le mercredi 26 octobre		Le jeudi 27 octobre		Le vendredi 28 octobre	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service		Jour d'accueil du service	
CASE		CASE		CASE		CASE		CASE		CASE		CASE	
Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV	
Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby	
New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster	
Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de	
Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford	
Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle	
Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers		Hotel Royal Towers	
611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.		611 Street et Royal Ave.	
New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster	
Chambre de Commerce		Chambre de Commerce		Chambre de Commerce		Chambre de Commerce		Chambre de Commerce		Chambre de Commerce		Chambre de Commerce	
de North Vancouver		de North Vancouver		de North Vancouver		de North Vancouver		de North Vancouver		de North Vancouver		de North Vancouver	
Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle		Restaurant Copper Kettle	
Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford		Abbotsford	
Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de		Succursale de	
New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster		New Westminster	
Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby		Sheraton Villa, Burnaby	
Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV		Restaurant Harvesters IV	
Chilliwack		Chilliwack		Chilliwack		Chilliwack		Chilliwack		Chilliwack		Chilliwack	
Downtown Education Centre		Downtown Education Centre		Downtown Education Centre		Downtown Education Centre		Downtown Education Centre		Downtown Education Centre		Downtown Education Centre	
Hotel West Country		Hotel West Country		Hotel West Country		Hotel West Country		Hotel West Country		Hotel West Country		Hotel West Country	
2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley		2022-56th Ave., Langley	
Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale		Foire commerciale	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information		Séance d'information	
Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget		Atelier sur le budget	
de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse		de caisse	
Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel		Atelier sur le personnel	
Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions		Atelier sur les prévisions	
et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse		et le budget de caisse	
Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la		Séance d'information sur la	
fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation		fabrication et l'exportation	
Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et		Atelier sur le marketing et	
séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information		séance d'information			

erts gratuitement, veuillez communiquer avec une des succursales suivantes:

Lanigay
New Westminster
North Vancouver
Vancouver

LA CHAMBRE DE COMMERCE
DU CANADA

Banque fédérale
de développement
Federal Business
Development Bank



AUTOMNE 1984



Voici le résumé d'un chapitre du livre de l'auteur intitulé THE FAMILY IN BUSINESS qui est publié par l'IBI Press, Box 159, Akron OH 44309. Tél. (216) 253-1757.

Depuis vingt ans, FRANK BUTRICK est un conseiller très en vue, un conférencier apprécié et l'auteur de certains d'articles sur les entreprises de propriété familiale. Il participe à une cinquantaine de conférences par année et offre ses services d'expert-conseil à des propriétaires d'entreprises dans toute l'Amérique.

De nombreux propriétaires d'entreprises découvrent que leur fille manifeste de l'intérêt pour l'entreprise. Certains réfléchissent avec bienveillance à l'idée qu'une femme, un jour, trouvera à la tête de leur entreprise. Pour d'autres, tel n'est pas le cas, et pourtant...

C'est déjà vu

travail.
Cependant, de même que le
statut de mère n'empêche pas

une femme de travailler, il ne devrait pas lui exclure la possibilité d'accéder à la direction. En confiant ses enfants à une gardienne, elle peut travailler à plein temps, tout comme un homme. Et si elle s'absente une journée de temps à autre du fait qu'elle est mère, qu'est-ce que cela peut faire? Bien peu d'entreprises exigent une assiduité à 100% — pas si elles sont bien gérées.

Son mari

ironiquement, si votre fille éprouve un sérieux problème à devenir votre successeur, il est plus probable que son mari soit à la source de cette difficulté plutôt que son père ou son aptitude à s'acquitter d'un « travail

d'homme».

Il n'ence aura une in-
fluence marquée sur sa capacité
à diriger. A-t-il lui aussi un rôle
à jouer dans l'entreprise? À
quel titre? Est-ce un rôle se-
condaire auprès de sa femme?
Peuvent-ils être partenaires
dans la gestion sans être rivaux
ou sans que l'un ne prenne le
haut du pavé au détriment de

Et si le gendre reste à l'écart
l'autre ?
et poursuivi sa propre carrière,
qu'advient-il s'il est mué dans
une autre ville ou accepte un
poste dans une entreprise éloi-
gnée ? ou s'il se lance en af-
faires et veut que sa femme
l'aide ? Compromettra-t-il sa
propre carrière et son avenir en
faveur de la carrière de sa
femme — et de VOTRE entre-
prise ?

L'entreprise familiale peut
assurer la vie d'un fils mais
contribuera-t-elle à assurer

Il s'agit surtout de savoir si l'entreprise — suffisamment pour accepter les conséquences de cette décision sur sa vie — et si oui, pour COMBIEN DE TEMPS? On parle beaucoup de la discrimination fondée sur le sexe, mais tout se résume en réalité à ce principe: la place d'une femme est à la maison — SI c'est là qu'elle VEUT être. Si elle veut travailler dans votre entreprise, c'est là sa place.

neuveur dans la vente, conduire un camion ou finir par diriger un atelier de forgeage ou un magasin d'articles de sport. Ainsi, si votre fille souhaite diriger votre entreprise un jour, qu'elle prend le temps de s'y préparer et accepte de travailler les longues heures de travail et les responsabilités que cela suppose — eh bien, pour

minims : veuves, filles de propriétaire, voire même des femmes-entrepreneurs. Toutefois, sauf pour certaines entreprises de vente au détail, les femmes ont toujours été minoritaires. Mais il n'est pas vraiment surprenant de voir parfois l'épouse (la veuve) ou la fille

Il y a toujours eu des femmes dans les affaires. La plupart d'entre elles dans des postes assez inférieures dans la hiérarchie, mais cela vaut aussi pour les hommes. D'autres cependant ont occupé avec succès des emplois traditionnellement dévolus aux hommes. Il y a toujours eu des propriétaires ou des gestionnaires féminins.

C'est déjà vu
Loin de moi l'idée de pro-

De nombreux propriétaires d'entreprises découvrent que leur fille manifeste de l'intérêt pour l'entreprise. Certains réfléchissent avec bienveillance à l'idée qu'une femme, un jour, trouvera à la tête de leur entreprise. Pour d'autres, tel n'est pas le cas, et pourtant...

Voici le résumé d'un chapitre du
livre intitulé THE FAMILY
BUSINESS qui est publié par I.B.
Box 159, Akron OH 44309. Tél.
253-1757.
Depuis vingt ans, FRANK BUTR
un conseiller très en vue, un conj
apprécie et l'auteur de certaines o
sur les entreprises de propriété fam
partir d'une cinquantaine de
treprise dans toute l'Amérique.

celle de la fille ou la brisoir ? En dernière analyse, seule l'Elle peut répondre à cette question épineuse. Quoi qu'il en soit, n'écartez jamais l'idée que votre fille puisse vous succéder, car d'autres filles ont pris en mains l'entreprise de leur père au moment de sa retraite ou de son décès et ont connu le succès.

Un cas véru

Il s'agit d'un fondateur d'usine, maintenant à la retraite, qui n'avait qu'un seul enfant, une fille. Depuis sa plus tendre enfance, elle partageait l'intérêt de son père pour le processus industriel. Après l'adolescence et quatre années de collège, elle revint à l'entre-

Elle se maria au début de la

inglais. Son mari, un enseignant, est devenu depuis le principal de l'école secondaire. Sa sœur aînée est devenue chanteuse, le père fit grimper le fille à la tête de l'entreprise. Grâce à l'aide de celui-ci et d'un chef d'atelier âgé, la transition se fit harmonieusement.

Aujourd'hui, l'entreprise est

prosperè. La fille est une femme de carrière heureuse, mère de trois enfants, lesquels sont confiés le jour aux bons soins d'une gouvernante. Ce n'est là qu'un exemple qui illustre comment une fille peut suivre les traces de son père, même dans un secteur supposément réservé aux hommes. Je pourrais en citer des douzaines d'autres.

Quelques conditions

Quelques conditions préalables

Cette fille, donc, voulait d'abord l'usuine de son père. Elle a étudié, a acquis de l'expérience, a pris en mains l'entreprise et a réussi — parce qu'elle le voulait. Elle a aussi réussi dans sa propre ville, de sorte qu'il n'y a pas eu de conflit entre leurs carrières.

Alors, si votre fille veut réellement diriger votre entreprise — le veut au point de travailler d'arrache-pied et de s'y préparer, et puis si elle épouse l'homme qu'il faut — alors elle

La direction du personnel —
Yves Michaud, René Ptiote —
Nouv. éd. — Editions Agence
d'ARC, 6872, rue Jarry est, St-
Léonard (Québec) H1P 3C1.

18\$* Les auteurs affirment que la gestion du personnel s'avère aussi importante à l'exploitation efficace de l'entreprise que les profits. Présentant la

les auteurs offrent une syn-

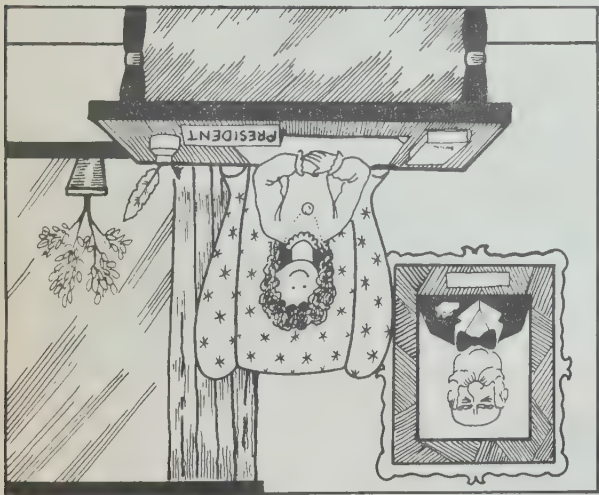
thèse de techniques éprouvées et efficaces. Les sujets traités sont, notamment, la sélection et l'évaluation des employés, la formation, la rémunération, la motivation, les communications, les relations de travail.

La Gestion des commerces de détail — Richard H. Buskirk, Bruce D. Buskirk; adaptation française par Denis Pettigrew et Luc Déziel — McGraw-Hill, Éditeurs, 750, boul. Laurontien, Montréal (Québec) H4M 2M4. 30\$*

Cet ouvrage d'ensemble sur le commerce de détail, adapté pour le milieu des affaires canadien, se divise en six parties principales. Après une vue

détail au Canada, les auteurs
ensemble du commerce de
détail au Canada, les auteurs
trient du magasin lui-même
ainsi que de son emplacement
et de son achat. La troisième
partie porte sur les responsabi-
lités du détaillant dans la ges-

La quatrième décrit les divers aspects techniques de publicité et de vente alors que dans l'avant-dernière partie, on examine le contrôle financier de l'entreprise, y compris la comptabilité, la planification financière et la gestion du crédit. La dernière partie est consacrée à la dotation en personnel, aux possibilités de carrière dans le secteur du commerce au détail, et à la gestion de croissance. Un lexique complet des termes propres au domaine figure à la fin du livre.



A black and white photograph showing a large industrial complex, possibly a pulp mill. The facility features several tall, dark vertical structures, likely chimneys or smokestacks, and a dense network of pipes and structural beams. In the foreground, there is a metal railing or walkway. The overall scene depicts a large-scale industrial operation.

6 page

PLACES WHERE IT HAPPENS

techniques utiles. En d'autres | et vous risquez le gaspillage.

Cette brochure comprend la supervision, etc. Les résultats immédiats sous la forme d'une diminution des coûts, d'une augmentation de la production, d'un accroissement des ventes ainsi qu'une évaluation des rentes actives de l'entreprise. Ces coûts d'évaluation prise. Ces coûts d'évaluation

Vous êtes-vous déjà arrêtés à prendre le pouls de votre entreprise? ou même à lire un expert-conseil.

La brochure **Votre entreprise-prise est-elle à la hauteur?** est une liste de contrôle des progrès permettant aux managers et gestionnaires de PME ont réussi à améliorer leurs résultats.

Vous avez peu de temps à consacrer à l'organisation? Cinqtante-six groupes de questions portent sur l'organisation

[illegible]

à l'approvisionnement. Indiquiez également la valeur du stock de matières premières, la quantité mensuelle utilisée et le nombre des différents articles. Classez les produits finis selon la valeur, le nombre d'articles, l'utilisation mensuelle et le nombre d'articles épuisés.

DES DÉTAILLANTS

le coin

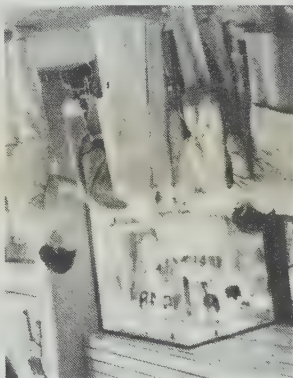
Comment recruter votre personnel

Le plus grand atout du détaillant indépendant, après l'ingéniosité et l'esprit d'entreprise, c'est son personnel. À mesure que les grands magasins à rayons et les chaînes spécialisées réagissent aux baisses de leur marge bénéficiaire par une réduction de leur personnel, des possibilités emballantes s'offrent aux détaillants dont la force concurrentielle a toujours été le niveau de service personnalisé qu'ils dispensent à leurs clients.

En effet, les clients cherchent soit l'efficacité absolue d'un libre-service bien organisé, soit des vendeurs qui s'occupent d'eux et se mon trent chaleureux, intéressés et compétents. Les magasins qui se situent à «mi-chemin», c.-à-d. ceux où la marchandise devient pour le détaillant sa meilleure arme dans cette bataille qui consiste à attirer et à conserver les clients. Il faut d'abord rédiger une description d'emploi pour ces vendeurs dans les rayons, mais sans formation adéquate, ces magasins-là ont un problème.

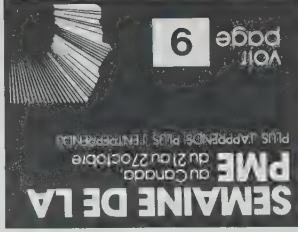
Tous les marchands indépendants savent que, pour survivre, ils doivent avoir à leur emploi les bonnes personnes, celles qui reflètent par leur façon de se déplacer, leur d'un vendeur (d'un magasin- Touffois, vous atteignant à la tâche de rédiger les fonctions d'un vendeur (d'un magasin-

gasin pour intéresser des employés éventuels. Main-d'œuvre Canada peut être une source de candidats, mais là encore, cela dépend de la localité. Dans les grandes villes, le personnel n'a pas toujours le temps de vraiment se pencher sur votre problème. Toutefois, des descriptions d'emploi claires et une liste des qualités exigées de la personne facilitent le processus. Voici les sources auxquelles les marchands indépendants ont recours le plus souvent, et avec succès.



1. Les recommandations de vos employés. Ils peuvent avoir des amis ou des parents qui cherchent du travail. Comme ils sont déjà à votre emploi, et heureux de votre emploi, ils sont susceptibles de vous recommander de bonnes idées du genre de personnes susceptibles de contribuer à votre réussite.

2. Les recommandations de vos clients. Eux aussi connaissent votre entreprise et savent quel genre d'employés ils aimeraient voir les servir. Si vous leur posez la question, vous serez peut-être surpris d'apprendre que l'un d'eux est intéressé à occuper l'emploi.



3. Les gens qui travaillent dans d'autres secteurs.

expliquer votre stratégie commerciale, de sorte qu'il comprenne dès le début dans quel milieu il devra s'intégrer. Et, bien sûr, une fois la bonne personne embauchée, d'essence, menez au restaurant ou même quand vous faites vos emplettes dans d'autres magasins. Vous pourriez trouver une personne dont le service vous sonne d'être un bon candidat.

Lorsqu'un candidat se présente, ayez toujours une formule de demande d'emploi imprimée (elle peut être dactylographiée et mise en forme par un atelier d'impression rapide) à lui faire remplir. Prenez le temps d'interviewer la personne comme il convient, vous servant de la description d'emploi et de la liste des qualités exigées pour vous guider au cours de l'entrevue. Non seulement devez-vous obtenir du candidat les bons renseignements, mais aussi lui offrir des conseils et des conseils. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec le Conseil québécois du commerce de détail, 2085, avenue Union, bureau 490, Montréal (Québec) H3A 2C3 (514) 842-6681.

«Le défi bureautique»



Dans son numéro Été 1984, Profits publiait des extraits du chapitre «Le traitement de textes» de ce nouvel ouvrage de vulgarisation par le Bureau de Commerce de Montréal. L'un des deux auteurs oeuvre à la BFD. Le bouquin traite aussi de l'analyse des besoins, le choix de l'équipement et l'implantation. «Le défi bureautique» reste disponible à 16\$ au 1080, côte du Beaver Hall, bureau 710, Montréal, Québec H2Z 1S9 (s.v.p. joindre paiement) ou chez votre libraire.

Relevons le défi de l'exportation!

EXPORTS BUILD CANADA
EXPORTER, CA RAPORTE

EXPORTS BUILD CANADA
EXPORTER, CA RAPORTE

EXPORTS BUILD CANADA
EXPORTER, CA RAPORTE

EXPORTS BUILD CANADA
EXPORTER, CA RAPORTE

Jusqu'où exporter nos produits?

Pourquoi ne pas exporter au Chili, en Chine ou en Californie? Inscrivez-vous au séminaire «Exportez votre produit», d'une durée de six heures, offert à un coût modeste par la BFD en collaboration avec l'Association des exportateurs canadiens. Pour plus de détails sur ce séminaire (ou sur tout le programme des séminaires reliés à la gestion des affaires de la BFD) communiquez avec la succursale la plus proche, ou appelez, sans frais 1-800-361-2126 (en C.-B. 112-800-361-2126). C'est peut-être la première étape vers l'exportation de votre produit.

Il existe d'intéressantes possibilités d'exportation vers des pays comme ceux de l'APASE et du Pacifique-sud et les pays du Tiers-Monde. Nos exportateurs y ont déjà fait des progrès spectaculaires. Ainsi, en agriculture, la croissance rapide de la population entraîne des besoins toujours plus élevés pour des protéines alimentaires. Le Canada est déjà le plus important exportateur de poisson et environ 80% des prises sont exportées à l'étranger.

Nos fabricants de machinerie de tous.

Un accroissement des exportations signifie des emplois et de l'argent pour tous les Canadiens; ce qui est dans l'intérêt de tous.

Le Canada vend des glaçons à l'Alaska?

Eh bien oui, le Canada vend des glaçons à l'Alaska. Intéressant à savoir, mais ça ne touche ni vous ni moi, vrai? Et si on parlait des exportations de planchers de cours de squash à l'Espagne? des vidéos à l'Inde? du canola à la Russie? des stations terrestres à la Chine? Ça non plus, ça n'a aucune incidence sur votre vie ou la mienne. Vrai?

Erreur! Il existe un lien direct entre les exportations et les emplois. Trois millions de Canadiens travaillent dans des domaines liés au commerce et plus de 30 cents de chaque dollar de notre produit national brut (PNB) en proviennent. Le degré de réussite de nos exportateurs à vendre de tout influe directement sur la qualité de la vie canadienne.

nouveau le Mois des Exportations canadiennes. Un lancement aura lieu le 1^{er} octobre, à Washington (D.C.), siège de la

Les délégués commerciaux du Canada reviendront au pays afin de dispenser des conseils aux exportateurs d'expérience aussi bien qu'aux néophytes. On prévoit, d'un bout à l'autre du pays, plusieurs centaines d'événements qui tiendront compte des intérêts particuliers de chaque région.

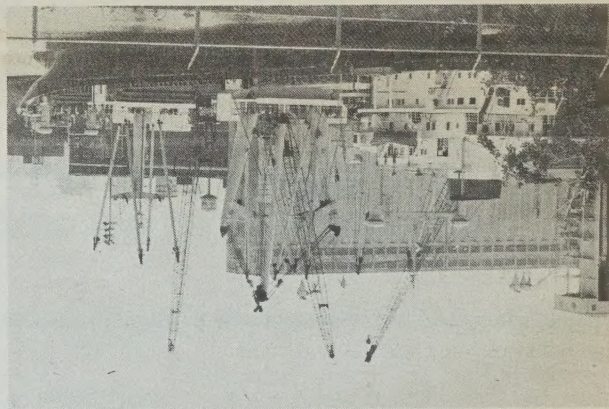
Et le message est le suivant: C'est un défi — c'est excitant — c'est là où l'action se passe!

Remarque: La Ice House, entreprise exploitée au Yukon, vend des glaçons à Haines (Alaska).

Au cours des années, nos exportations sont passées des matériaux bruts aux produits finis ou semi-finis, qui composent maintenant 70% de celles-ci.

Plusieurs milliers de PME s'occupent activement d'exportation. Au début, nombre d'entre elles ne possédaient pas les ressources ou la compétence surtout pour l'évaluation des marchés éventuels ou l'établissement d'un service à la clientèle. Elles ont bénéficié des programmes d'aide gouvernementaux et les résultats obtenus ont profité à tous les Canadiens.

Ce sont les dirigeants d'entreprises pleines d'initiative qui identifient un besoin non satisfait et se concentrent sur une gamme de produits plutôt étroite, permettant une production continue et des coûts unitaires modestes.



Le Canada est l'un des plus grands pays exportateurs du monde et le Mois de l'exportation souligne l'importance des exportateurs, la base et le moteur de notre économie.

Deux millions de Canadiens, soit un travailleur sur cinq, occupent un emploi directement ou indirectement relié à l'exportation. Pour chaque dollar, 30 cents de notre production sont destinés à la technologie étrangère, le déficit touristique, l'accès à la technologie étrangère, le déficit touristique, l'accès à la technologie étrangère.

Nos exportations paient nos importations: jus d'orange du matin, légumes frais d'hiver, vêtements de laine et de coton, téléviseurs, autos et ordinateurs. Nos exportations paient nos importations: jus d'orange du matin, légumes frais d'hiver, vêtements de laine et de coton, téléviseurs, autos et ordinateurs.

Nos exportations paient nos importations: jus d'orange du matin, légumes frais d'hiver, vêtements de laine et de coton, téléviseurs, autos et ordinateurs.

Le commerce, un jeu passionnant

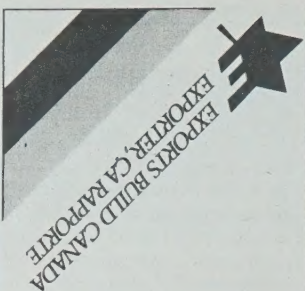
Le village global est, en fait, un seul grand marché. Quelque part dans le monde, dans quelque langue que ce soit, il se négocie, 24 heures par jour, l'achat et la vente de tous les produits et services imaginables. La croissance et la prospérité de notre pays reposent directement sur notre aptitude à soutenir la concurrence, à créer de nouveaux produits, à créer de nouveaux emplois, à créer de nouveaux emplois, à créer de nouveaux emplois.

1. Quel produit d'exportation ne peut supporter la concurrence? 2. De quel produit bien du Canada les Japonais sont-ils fiers? 3. Quels sont nos trois principaux produits d'exportation? 4. Des produits canadiens sauvent des vies en Afrique. Quels sont-ils?

Réponses

1. Les glaçons que nous exportons en Alaska. 2. Le bleuets est devenu un aliment favori des Japonais. 3. Les voitures et les châssis (vers les Etats-Unis), le blé (vers l'U.R.S.S., la Chine, le Japon et le Brésil). 4. Les ambulances, qu'une entreprise de Yarmouth (N.E.) exporte en Afrique.

5. 90,6 milliards \$, un record, grâce à l'augmentation du nombre d'entreprises qui ont fait leur entrée sur le marché de l'exportation. 6. Les voitures sports que nous exportons au Japon. 7. Les services de consultation, particulièrement la planification et la mise au point de techniques, la construction et la gestion de projets, et enfin les services techniques, tels que les relevés aériens et le forage de puits de pétrole et de puits d'eau. 8. Le Venezuela achète une proportion considérable de notre gomme à bulles. 9. Les Etats-Unis (environ 75%), le Japon, le Royaume-Uni.



Editorial

Les emprunteurs de la BFD emploient 321 000 personnes

Selon une récente étude, les entreprises ayant reçu un prêt de la Banque fédérale de développement emploient 321 000 personnes ou 3% de la main-d'œuvre canadienne.

Cette étude visait à déterminer l'impact économique à long terme des activités de prêt de la BFD. Le groupe d'étude a suivi le rendement, au cours des six dernières années, de 7 000 clients ayant reçu un prêt de la banque en 1978.

Plus de la moitié étaient des PME en expansion ou au stade du démarrage. D'autres entreprises avaient besoin de fonds pour effectuer un redressement ou pour financer le développement des activités de production, de marketing, etc. À l'occasion, les prêts de la BFD ont servi à l'achat d'une entreprise par de nouveaux propriétaires.

L'étude indique que les activités de prêt de la BFD ont généré près de 5 200 emplois qui existent encore aujourd'hui. En plus des emplois créés, les prêts consentis par la BFD en 1978 ont permis de préserver 2 345 emplois au cours des années qui ont suivi. Ces emplois seraient disparus sans l'intervention de la Banque dans des situations de redressement à risque élevé.

L'aide financière de la BFD contribue au développement régional

Au cours de la période à l'étude, la BFD a concentré ses activités de prêts dans les régions les plus défavorisées en vue d'assurer un développement économique plus équilibré à l'échelle nationale.

Alors que seulement 3,8% des entreprises sont situées dans les régions économiques les plus défavorisées, 8,3% des prêts de la BFD ont été effectués dans ces régions.

En 1978, la BFD a autorisé des prêts à 1,4% des entreprises situées dans les régions les plus économiquement faibles. Cette année-là, ces entreprises employaient 0,6% de la main-d'œuvre mais produisaient 1,8% des nouveaux emplois créés dans ces régions entre 1978 et 1983.

L'innovation

En 1978, un sur dix des prêts de la BFD a servi à financer une innovation. Soixante-trois pour cent de ces innovations concernaient la création ou l'amélioration de produits ou services tandis que 20% consistaient en l'amélioration de procédés de production. Dans 14% des cas, l'aide financière de la BFD a permis la production de produits ou de services pour la première fois sur le marché local et 3% représentaient des innovations diverses.

Le taux de croissance de l'emploi chez les clients de la BFD est le double du taux national

L'apport des clients de la BFD à la croissance de l'emploi entre 1978 et 1983 équivalait presque au double du pourcentage de la main-d'œuvre canadienne qu'ils employaient en 1978. Les clients de la BFD représentaient alors 0,4% de la main-d'œuvre canadienne et 0,7% des emplois créés.

Le tableau ci-dessous indique le nombre d'emplois attribuables aux clients de la BFD par rapport à la main-d'œuvre totale:

	en 1983	Clients de la BFD
Atlantique	783 000	33 000 (4,2%)
Québec	2 585 000	105 000 (4,1%)
Ontario	4 157 000	92 000 (2,2%)
Prairies	1 944 000	35 000 (1,8%)
C.-B. et Yukon	1 156 000	56 000 (4,9%)
Canada	10 625 000	321 000 (3,0%)

Les PME, l'avenir de notre économie

L'importance du rôle économique de la PME est maintenant bien établie. Jamais les gouvernements n'ont autant mis l'accent sur les programmes d'assistance à la PME que ces dernières années. Jamais les institutions financières, les associations de gens d'affaires et les chambres de commerce n'ont démontré un intérêt aussi vif pour sa promotion et son évolution. Même les universités ont voulu participer à l'essor de la PME en mettant sur pied des programmes de formation en vue d'assurer une relève compétente de ses gestionnaires.

Les PME, malgré leurs nombreuses faiblesses des dernières années, demeurent un pilier de notre économie.

Les PME, première source de création d'emplois

Il y a plus d'un million d'entreprises au Canada, dont 95% sont de petite ou moyenne taille. Elles contribuent environ 29% de la production nationale de biens et services et absorbent près de 45% de la main-d'œuvre «commerciale».

Les PME ont été les plus duramment touchées par la crise économique. Pourtant, au chapitre des emplois, elles se sont avérées beaucoup plus dynamiques que leurs concurrents plus importants. En effet, entre 1975 et 1982, les entreprises manufacturières de 50 à 400 000 emplois ont créé, en termes réels, environ 400 000 emplois alors que leurs concurrents de plus grande taille en ont perdu approximativement 100 000 durant la même période.

Les PME et la productivité

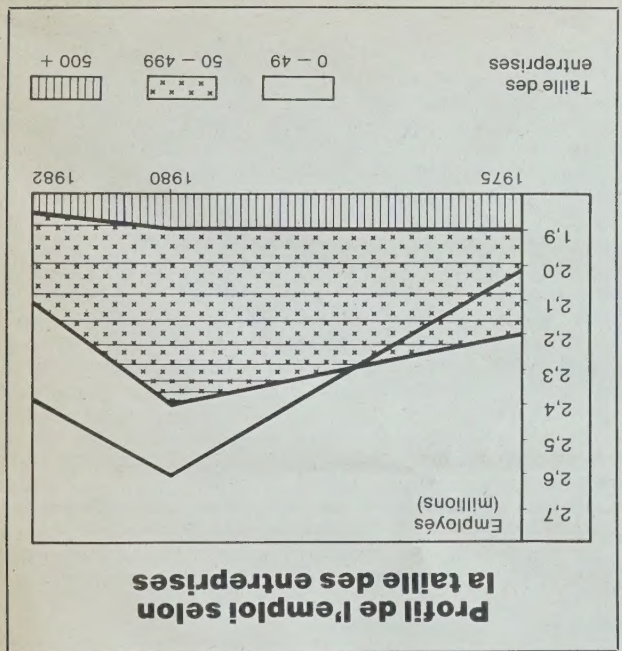
En valeur absolue, les PME ont une productivité inférieure aux grandes sociétés, mais elles ne disposent pas des mêmes ressources techniques et financières. Cependant, durant la décennie 1971-1981, elles ont connu une croissance de leur productivité de l'ordre de 14% comparativement à 11% pour les plus grands établissements.

Les PME, championnes de la croissance

Une étude récente de Commerce et Canadian Business sur les compagnies canadiennes

Dans les p'tits pots...

L'ECONOMIE



L'avenir de notre économie

L'envergure n'est plus perçue comme un gage de croissance économique. À plus d'un titre, les PME contribuent plus à la croissance économique que les grandes entreprises. Le Canada est une pépinière de petites entreprises, sur lesquelles se fonde tous les espoirs d'une relance soutenue. De leur vigueur et de l'entrepreneuriat de leurs dirigeants dépend l'essor économique du Canada.

dans des secteurs autrefois ré-

PROFIT\$

est publié pour promouvoir les services de la Banque fédérale de développement, c.p. 6021, Station A, Montréal (Québec) H3C 3C3 — Tél.: (514) 283-7541.

PROFIT\$ est distribué à toutes les entreprises au Canada par l'entremise de Postes Canada au début de janvier, avril, juillet et octobre. Il n'y a pas de liste d'envoi séparée. Veuillez rapporter tout oubli de distribution à votre succursale postale locale.

ISSN-0711-0316 Transmag Inc.



Banque fédérale de développement

Automne 1984
Vol. 4, No 2

Profits

On appuie votre entreprise

**Appels
sans frais**
1-800-361-2126
112-800-361-2126
(en C.-B.)

La plus importante campagne d'information à l'entreprise

Semaine de la PME '84, 21 - 27 octobre

marketing, la planification des ressources humaines, l'établissement des prévisions et la gestion efficace du budget de caisse seront offerts gratuitement par la BFD. Il y aura, en plus, des séances d'information dans de nombreuses villes et municipalités du pays au sujet des divers programmes d'aide mis à la disposition des entreprises par les différents gouvernements.

Les foires commerciales sont un autre événement à ne pas manquer au cours de la Semaine de la PME. Ces foires réunissent au même endroit les représentants des différents ministères et organismes gouvernementaux ainsi que ceux de diverses associations du secteur privé. Les gens d'affaires peuvent ainsi obtenir les renseignements désirés en une seule visite.

Voici quelques exemples d'activités offertes dans les principaux centres au cours de la Semaine de la PME. De nombreux autres événements se tiendront un peu partout au pays.

Saint-Jean, T.-N. — 21, 22 oct. — Conférence sur la petite entreprise. En collaboration avec le St. John's Board of Trade, à l'Hôtel Newfoundland.

Halifax, N.-É. — 25 oct. — Jour de l'amélioration de la rentabilité. Une journée d'ateliers et de consultations personnelles pour les gens d'affaires — au Halifax World Trade Convention Centre

Charlottetown, I.-P.-É. — 24 oct. — Dîner de la remise des certificats d'honneur en gestion des affaires. Au Confédération Center, en collaboration avec la Greater Charlottetown Chamber of Commerce

Saint-Jean, N.-B. — 24 oct. — Foire d'information commerciale. 40 exposants

Montréal, Qué. — 26, 27, 28 oct. — Le Salon de la PME (foire commerciale). Palais des congrès de Montréal

Toronto, Ont. — 23, 24, 25 oct. — Salon de l'information commerciale. Parrainé par le Board of Trade of Metropolitan Toronto et la BFD, à l'Exhibition Place, Automobile Building

Winnipeg, Man. — 23, 24 oct. — Foire de la petite entreprise. Au Holiday Inn du centre-ville de Winnipeg

Regina, Sask. — 23, 24 oct. — Foire de la petite entreprise. Au Regina Inn

Edmonton, Alb. — 22, 23 oct. — Foire de la petite entreprise. Au Convention Inn Hotel

Vancouver, C.-B. — 24, 25 oct. — Deux journées de foire pour l'entreprise. Au Sheraton Villa, Burnaby

Avec plus de 1 300 événements partout au Canada centrés sur le thème **Plus j'apprends, plus j'entreprends**, la Semaine de la PME '84 est la plus importante campagne d'information s'adressant aux entreprises indépendantes du pays. Cette Semaine, qui se déroulera du 21 au 27 octobre inclusivement, est organisée conjointement par la Chambre de commerce du Canada et la Banque fédérale de développement. Plus de 200 Chambres locales contribueront à faire de la Semaine de la PME '84 une autre réussite.

**Ateliers spéciaux sur les affaires
offerts gratuitement**
Parmi les nombreuses activités de la Semaine, quatre ateliers spéciaux d'une durée d'une heure et demie sur le

INDEX

1	Semaine de la PME '84
2	Les emprunteurs emploient 321 000
3	Le mois de l'exportation
4	Pensons canadien
4	Plus de démarrages que de
4	fermetures
5	Comment recruter votre personnel
6	Votre entreprise est-elle à la hauteur?
7	Surveillez l'évolution des préférences
8	Votre fille prend la relève
9-10	Section régionale

Nouveau ministre à la PME



L'Hon. André Bisssonnette est le nouveau Ministre d'État à la petite entreprise. Elu dans le comté de Saint-Jean, M. Bisssonnette est âgé de 39 ans, marié et père de deux enfants. Il est grossiste en alimentation.

M. Bisssonnette a étudié la gestion en Europe et a participé à des missions commerciales en Afrique pour l'Agence canadienne de développement international.

A l'issue de la cérémonie d'assemblage, le nouveau ministre a déclaré qu'il s'appliquerait à travailler avec la PME pour stimuler la création d'emplois. «Je m'aboucherai avec plusieurs autres ministères pour tenter de créer autant d'emplois que possible, le plus rapidement possible».